

Strategi bersaing Bank Muamalat Indonesia dalam bisnis perbaikan di Indonesia

Ratih Hapsari Dewi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20438629&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Bank Muamalat Indonesia sebagai bank Syariah pertama yang menerapkan konsep bagi hasil yang sangat berbeda dengan konsep piranti bunga perbank konvensional, sangat wajar bila dalam Operasinya mendapat tekanan-tekanan persaingan dari bank-bank konvensional dalam industri perbankan di Indonesia.

Tekanan persaingan dan bank konvensional dapat berupa pemberian pendapatan yang lebih tinggi, sebagai akibat perang tingkat suku bunga perbankan, dan/atau beberapa jenis layanan perbankan yang lebih baik dari BMI.

Sebagai bank Syariah pertama di tanah air, BMI berhasil memanfaatkan emosional umat Islam yang mendambakan kehadiran bank yang mampu menyeimbangkan kepentingan bank dengan nasabah yang merupakan prinsip bank Islam. Selama ini posisi nasabah, khususnya penerima pembiayaan relatif tidak menguntungkan dengan mekanisme perbankan konvensional.

Sebagai bank yang relatif masih baru, BMI berhasil mengungguli bank-bank konvensional yang telah ada di industri dalam menghimpun kekuatan finansial dan emosional umat Islam yang cukup besar. Bertolak dari pertimbangan faktor inilah, BMI memandang pesaingnya adalah seluruh bank yang ada dalam industri. Dari pandangan inilah dilakukan analisis kualitatif dan kuantitatif posisi BMI dalam industri.

Dari analisis kuantitatif, posisi BMI relatif kurang menguntungkan dan rata-rata industri, walaupun kinerja BMI menunjukkan pertumbuhan cukup baik untuk beberapa indikator usaha perbankan. Posisi yang kurang menguntungkan ini lebih disebabkan bank-bank konvensional yang telah ada dalam industri telah mencapai skala ekonomi sehingga mampu menekan biaya overhead perusahaan.

Dari analisis kualitatif, posisi BMI relatif mampu bersaing dalam industri. Hal ini disebabkan personal value pengelola BMI yang memiliki ekspektasi terhadap keberhasilan BMI berkat dukungan umat Islam.

Dihadapkan pada posisi yang kurang menguntungkan ini, strategi bersaing BMI diarahkan pada strategi fokus, yang mana BMI hanya berhadapan dengan bank-bank

yang merupakan pesaing utamanya, serta memfokuskan pada kegiatan pembiayaan usaha kecil yang merupakan potensial market segment bagi BMI.